

Okruhy štátnej záverečnej skúšky

Študijný odbor: mediálne a komunikačné štúdiá

Študijný program: **mediálne štúdiá**

Stupeň štúdia: **bakalársky**

Akademický rok: 2023/2024

Forma skúšania: ústna

Teoretická časť štátnej skúšky

1. Komunikácia, médiá, kultúra – definovanie pojmov z rôznych perspektív. Základné modely komunikácie (napr. Lasswell, Shannon a Weaver) a ich kritická reflexia. Transmisívne a rituálové chápanie komunikácie (Carey). Komunikácia ako sociálna interakcia, typy sociálnych interakcií podľa Thompsona. Médium, mediácia a mediatizácia. Odlišnosti masovej a interpersonálnej komunikácie. Antropologické a axiologické chápanie kultúry – využitie dvoch perspektív pri štúdiu médií.
2. Znak a reprezentácia. Možnosti definovania znaku a základné modely (semiotický trojuholník Ogdena a Richardsa, Saussurov model jazykového znaku). Základné pojmy saussurovskej semiológie: arbitrárnosť, hodnota (jazykového) znaku, paradigma a syntagma. Stupne označovania u Barthesa: denotácia, konotácia, mýtus a ideológia. Prístupy k významu: referenčná teória verzus relačná teória (binárne opozície), textuálny verzus auditoriálny prístup k tvorbe významu mediálneho textu (Hallow model kódovania/dekódovania). Reprezentácia a realita: definovanie pojmu reprezentácie, protiklad esencializmu a konštruktivismu, sociálny konštruktivizmus – využitie konceptov pri interpretácii fungovania médií.
3. Publikum mediálnej produkcie ako terminologický a interpretačný problém. Rozdiel pojmov publikum, obecnosť a masa. Singulárne verzus plurálne používanie termínu (publikum – publiká). Rozdiely termínov príjemca, používateľ, konzument. Mediálne publikum v rámcoch rôznych teórií médií, mediálne publikum a spoločnosť (aktivita publik, subkultúry, komunity, fandomy).
4. Vývin masovej periodickej tlače. Vznik a vymedzenie voči kníhtlači. Kľúčové momenty vývinu masovej tlače v Anglicku: Northcliffova revolúcia, komercializácia žurnalistiky v 20. storočí (Elias, Thomson, Murdoch). Kľúčové momenty vývinu masovej tlače v USA: vznik a charakteristika penny press, konkurenčný boj vydavateľov denníkov v New Yorku v 19. storočí (napr. Hearst, Pulitzer) a ich žurnalistické a marketingové stratégie, žltá žurnalistika a jej protipóly (The New York Times a hnutie muckrakerov), hlavné črty USA Today ako prvého federálneho denníka. Súčasná podoba britskej a americkej tlače: základné typologické skupiny (napr. broadsheet verzus tabloid) a ich charakteristika, najznámejšie tituly.

5. Sloboda a regulácia médií v historickej perspektíve. Cenzúra: typy cenzúry (predbežná verzus následná) a jej vývin. Historické a súčasné prostriedky obmedzovania slobody médií (vládne, legislatívne, ekonomické) a ich konkrétne príklady. Ústavné a zákonné formulácie slobody prejavu v USA (Prvý dodatok Ústavy USA) a na Slovensku (Ústava SR). Koncept a typy libelu v angloamerickom právnom systéme. Normatívne teórie médií: štyri teórie tlače (teória autoritárska, libertariánska, sovietska a teória sociálnej zodpovednosti). Systémy spoločenskej zodpovednosti médií (Media Accountability Systems u Bertranda) a ich využívanie na Slovensku a v zahraničí.
6. Hlavné trendy vo vývoji programovania v rozhlase a televízii (základné premeny v programovej štruktúre v rozhlase a televízii; diachrónny pohľad na dominantné typy programovej tvorby vo svete a na Slovensku – spravodajstvo, zábavná produkcia).
7. Hlavné technologické, spoločensko-právne a sociokultúrne indície transformácie elektronického mediálneho prostredia na Slovensku (trendy v technologickom vývoji elektronických médií ako predpoklad zmien vo vysielaní; diferencie medzi európskym a americkým modelom vysielania a ich dosah na vývoj rozhlasových a televíznych programov; symptómy vzťahu medzi spoločensko-politickou situáciou v 20. a 21. storočí a mediálnym prostredím; sociálne a kultúrne zmeny v slovenskej spoločnosti a ich odraz v produkcii elektronických médií).
8. Programovanie v rozhlasovom a televíznom prostredí (program, programová štruktúra, programovanie, programový formát – aplikácia na konkrétne príklady; programovacie techniky uplatňované v rozhlase a televízii).
9. Pravidlá práce v prostredí elektronických médií – príprava redaktora na vysielanie (teoretické východiská, základné pojmy; postup pri príprave žurnalistického textu /od vyhľadávania témy, zhromažďovania materiálov až po rôzne rečové cvičenia; uplatňovanie prozódie reči vzhľadom na základné žánrové delenie; požiadavky na obsahovú stránku spravodajského a publicistického textu /základná charakteristika, odlišnosti/).
10. Tvorba a dramaturgia audiovizuálneho diela (vymedzenie pojmov, etapy tvorby, postup pri tvorbe AV diela, hierarchia výrobného štábu; podstata zvuku v tvorbe AV diela, delenie zvuku, klasifikácia hudby v tvorbe, úloha zvukového majstra).
11. Text ako východisko teoretického vymedzenia žánru (text a jeho komunikačno-pragmatické a štruktúrne chápanie; makrokompozícia /textové stratégie: informačná, opisná, rozprávacia, výkladová; argumentácia a persúázia/ a mikrokompozícia /členenie a odstupňovanie textu/).
12. Teoretické vymedzenie žánru (definícia žánru; parametre vymedzenia žánru /tematický, funkčný, kompozičný, jazykový, formálny/, synchrónna a diachrónna dynamika žánru; členenie žánrov; kritériá členenia žánrov).

13. Spravodajské žánre v tlačových médiách (delenie spravodajských žánrov; vlastnosti a postupy tvorby spravodajského textu; výber informačných zdrojov pre spravodajský text; súčasné trendy v spravodajských žánroch tlačových médií na Slovensku).
14. Základné trendy vo vývoji spravodajských žánrov v elektronickom prostredí (trendy vo formátovaní spravodajských relácií v rozhlase a televízii; spájanie informačnej a zábavno-oddychovej funkcie médií).
15. Žáner, formát, relácia v prostredí elektronických médií: terminologické vymedzenie a možné interpretačné prístupy (spoločné a rozdielne znaky jednotlivých pojmov; hybridné a synkretické útvary v rozhlase a televízii; formátovanie produkcie elektronických médií vo svete a na Slovensku; tradičné a moderné typy programovania v elektronických médiách).
16. Interaktívne postupy pri tvorbe, šírení a recepcii žánrov elektronických médií (možnosti klasifikácie; transformácia štruktúry žánrových typov – športový prenos, zábavno-súťažná relácia, spravodajské obsahy internetových spravodajských serverov; extenzivita sociálnych sietí; vytváranie /po-/užívateľov, virálne obsahy mediálnej produkcie; blog, videoblog, mobilná komunikácia, videohra a virtualita).
17. Segmentácia, targeting a positioning v súvislosti s tvorbou marketingového mixu (definícia trhu, dopytu, ponuky, potreby, spotreby a používania, marketingového procesu; model STP; marketingový mix 4P a 7P).
18. Marketingová komunikácia (promotions), komunikačný mix. Reklama, propagácia, marketingová komunikácia. Definícia modernej reklamy. Product placement - podpora predaja – public relations. Reklama a žurnalistika. Reklama a médiá – inzercia, rozhlasové a televízne spoty.
19. Zvukové vlastnosti mediálneho rečového prejavu; základné zásady spisovnej normy slovenskej ortoepie; charakteristika suprasegmentov a ich funkčné využitie v mediálnom texte; neutralizácia kvantity a neutralizácia znelosti v mediálnom rečovom prejave.
20. Slovné druhy a ich funkcie v mediálnych textoch (charakteristika slovných druhov z formálneho, sémantického a komunikačno-pragmatického hľadiska; slovné druhy a ich funkcie; syntaktické funkcie slovných druhov).
21. Slovesné a menné gramatické kategórie a ich využitie v mediálnych textoch (slovesné gramatické kategórie a ich funkcie v texte /osoba, číslo, čas, spôsob, rod, vid/; menné gramatické kategórie a ich funkcie v texte /rod, číslo, pád/).

22. Syntaktická výstavba písaného mediálneho textu a hovoreného mediálneho prejavu (vetnočlenská a súvetná stavba textu; príznakové syntaktické konštrukcie; aktuálne členenie výpovede).
23. Tvorenie a používanie lexikálnych jednotiek v mediálnom texte – paradigmatické vzťahy, slovotvorné vzťahy, sémantika, viacslovné pomenovania, frazémy, skratky, prevzaté lexémy.
24. Štylistická (pragmatická) príznakovosť slovnej zásoby v mediálnom texte – registrové lexémy, odborné termíny, expresívna lexika, sociolektizmy, časovo príznakové jednotky a okazionalizmy.
25. Interaktívna štylistika. Komunikačná sféra médií a internetu vo vzťahu k ďalším komunikačným sféram (štýlom). Charakteristika bežnej, literárnej (vrátane komiksovej), administratívnej, vedeckej a popularizačnej komunikačnej sféry, náboženskej a marketingovej komunikačnej sféry a ich prienik s mediálnou komunikačnou sférou.
26. Mediálna gramotnosť a mediálna výchova: terminologické východiská, možnosti realizácie (vzťah medzi mediálnou gramotnosťou a mediálnou výchovou; mediálne kompetencie; recepčný, interpretačný a produkčný aspekt mediálnej gramotnosti; základné rámce implementácie mediálnej výchovy na Slovensku).
27. Mediálna výchova v školskom a mimoškolskom prostredí: charakteristika základných zásad, metód a foriem realizácie (vyučovacie zásady a metódy a ich využitia v školskej a mimoškolskej mediálnej výchove; kognitívne, psychomotorické a afektívne ciele a ich konkretizácia v mediálnej výchove).
28. Mediálna výchova v rodine a možnosti neformálneho vzdelávania v oblasti mediálnej výchovy na Slovensku.
29. Dramatizácia a adaptácia literatúry v rozhlase a televízii (terminologické vymedzenie; základné postupy pri adaptovaní literárneho diela; preklad a transformácia; transformačné operácie).
30. Základy výskumu médií. Rozdiely medzi kvantitatívnym a kvalitatívnym výskumom, možnosti ich kombinovania (zmiešaný výskum). Rozdiel medzi základným (teoretickým) a aplikovaným výskumom médií. Kvantitatívna obsahová analýza a semiotická analýza a ich využitie v pri skúmaní mediálnych textov.

Interpretačno-tvorivá časť štátnej skúšky

Druhá časť štátnej záverečnej skúšky je zameraná na preverenie interpretačných a tvorivých schopností pri práci s mediálnym textom v súlade s vyžrebovaným zadáním.

Odpoveď v tejto časti je zameraná na vyriešenie príslušnej úlohy podľa zadania, no kladne sa hodnotí aj schopnosť komplexného uchopenia zadania z viacerých teoretických i praktických perspektív.

Rámcové zameranie interpretačno-tvorivých úloh:

1. Semiotická analýza mediálneho textu.
2. Žánrová analýza mediálneho textu.
3. Analýza štruktúry a kultúrneho kontextu reklamného textu.
4. Analýza súčasných trendov v spravodajskom texte (infotainment, bulvarizácia, serialita).
5. Analýza gnómických a aktualizáčnych prvkov humoru v kultúrno-spoločenskom kontextu.
6. Komparácia konkrétnych médií (určenie rozdielov vo vzťahu k typologickým charakteristikám príslušných médií, demonštrácia na obsahu).
7. Analýza odrazu positioningu média v jeho produkcii.
8. Možnosti kvalitatívnej a kvantitatívnej analýzy pri interpretácii charakteru publika vo vzťahu k mediálnemu textu.
9. Fonetická transkripčia podľa zásad spisovnej výslovnosti; charakteristika a interpretácia prítomných zvukových javov.
10. Korektné a nekorektné využitie segmentov a suprasegmentov reči v ukážke.
11. Slovnodruhovú analýzu textu s poukázaním na komunikačno-pragmatické funkcie slovných druhov, analýza slovesných a menných gramatických kategórií.
12. Vetnočlenská, súvetná analýza textu, identifikácia príznakových spôsobov výstavby textu.
13. Analýza mediálneho textu z hľadiska teórie lexikálnej motivácie.
14. Štylistická analýza mediálneho textu – určenie: témy textu, funkcie textu, štylistických kvalít textu (na základe výrazových kategórií) a štruktúrnych indikátorov príslušných štylistických kvalít/výrazových kategórií.
15. Analýza textu z hľadiska žánrových parametrov (tematický, funkčný, kompozičný, jazykový, formálny).
16. Jazykovo-štylistická úprava písaného textu.
17. Transformácia mediálneho textu na využitie v inom type média – realizácia úprav a ich zdôvodnenie.
18. Možnosti využitia konkrétneho mediálneho textu pri rozvíjaní mediálnej gramotnosti a ich zdôvodnenie.
19. Charakteristika princípov tvorby scenára (identifikácia a opis jednotlivých prvkov štruktúry technického scenára).
20. Analýza mediálneho textu z hľadiska princípov a zásad efektívnej komunikácie.